

DELIBERA N. 197/23/CONS

APPROVAZIONE DEL CODICE DI CONDOTTA DI CUI ALLA DELIBERA N. 419/20/CONS SULLE ATTIVITÀ DI TELESELLING E TELEMARKETING AVUTO RIGUARDO AGLI OBBLIGHI A TUTELA DEI CLIENTI FINALI DERIVANTI DAL CODICE DELLE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE E DALLE DELIBERE DELL'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 26 luglio 2023;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

VISTA la delibera n. 401/10/CONS, del 22 luglio 2010, recante “*Disciplina dei tempi dei procedimenti*”, come modificata dalla delibera n. 118/14/CONS;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 434/22/CONS;

VISTA la direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce *il codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione) (CCEE o Codice UE)*;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell’11 dicembre 2018, che istituisce il Codice europeo delle comunicazioni elettroniche (rifusione)*” entrato in vigore in 24 dicembre 2021 (Codice) e in particolare l’articolo 24, comma 2, in tema di elaborazione dei codici di condotta, e l’art. 98-*quater decies*, in tema di obblighi di informazione applicabili ai contratti;

VISTO il decreto legislativo 30 giugno 2003 n. 196, “*Codice in materia di protezione dei dati personali*”, come modificato dal decreto legislativo 10 agosto 2018, n.101;

VISTA la delibera n. 8/15/CIR, del 13 gennaio 2015, recante “*Adozione del nuovo Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa, che modifica ed integra il piano di numerazione di cui alla delibera n. 52/12/CIR*” e, in particolare, l’articolo 22, comma 7, dell’allegato A, in tema di adozione di codici autoregolamentazione;

VISTA la delibera n. 79/09/CSP recante *Direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (call center) nel settore delle comunicazioni elettroniche*;

VISTA la legge 11 dicembre 2016 n. 232 (Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019), ed in particolare l’art. 1 comma 243 che dispone: “*tutti gli operatori economici che svolgono attività di call center [enfasi aggiunta] su numerazioni nazionali devono, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, iscriversi al Registro degli operatori di comunicazione di cui alla delibera dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 666/08/CONS del 26 novembre 2008 e s.m.i., comunicando, altresì, tutte le numerazioni telefoniche messe a disposizione del pubblico e utilizzate per i servizi di*

call center. L'obbligo di iscrizione sussiste anche a carico dei soggetti terzi affidatari dei servizi di call center e deve essere contemplato nel contratto di affidamento del servizio”;

VISTA la delibera n. 1/17/CONS, del 12 gennaio 2017, recante *modifiche alla delibera n. 666/08/CONS recante “Regolamento per la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione” a seguito dell’approvazione della legge 11 dicembre 2016, n. 232;*

VISTA la delibera n. 420/19/CONS, del 17 ottobre 2019, recante *“Approvazione del documento di impegni della Società Telecom Italia S.p.A. ai sensi della Legge 4 agosto 2006, n. 248 e della delibera n. 581/15/CONS, sospensione del procedimento sanzionatorio n. 3/18/DRS e istituzione di un tavolo tecnico per la definizione di un codice di condotta degli operatori sui call center”*, che ha istituito *“un Tavolo Tecnico avente la finalità di condividere un Codice di condotta in relazione all’utilizzo, al fine di acquisire clienti di servizi di comunicazione elettronica, dell’attività dei call center. Il Codice di condotta si ispira ai principi generali e alle norme in materia di protezione dei dati dei clienti finali, al rispetto delle norme sui contratti e delle carte dei servizi dei clienti finali, al rispetto delle norme, da parte dei call center, sull’iscrizione al ROC, sulla richiamabilità da parte del cliente, e sul divieto di modificare il CLI della linea da cui origina la chiamata al cliente”*;

VISTA la delibera n. 436/22/CONS, del 20 dicembre 2002, recante *“Avvio di un procedimento e di una consultazione pubblica per la revisione della disciplina e degli indicatori di qualità del servizio di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi”*;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Premessa

Con delibera n. 420/19/CONS, *Approvazione del documento di impegni della società Telecom Italia S.p.A. ai sensi della legge 4 agosto 2006, n. 248 e della delibera n. 581/15/CONS, sospensione del procedimento sanzionatorio n. 3/18/DRS e istituzione di un tavolo tecnico per la definizione di un codice di condotta degli operatori sui call center*, l’Autorità,

- considerato che la pratica di molti *Call Center* di impedire la propria raggiungibilità, mediante richiamata, è stata anche oggetto di uno specifico richiamo al mercato, di cui alla delibera n. 112/19/CIR, in relazione ai necessari controlli sulla correttezza del CLI;
- ritenuto, a tale proposito, che qualsiasi Operatore debba effettuare controlli sulle modalità di acquisizione di clienti da parte dei propri *Call Center*, verificando che questi non appaltino le proprie attività, o non utilizzino, a soggetti che non rispettino la normativa e regolamentazione vigente;
- ritenuto, in definitiva, necessario avviare un tavolo di confronto con gli operatori al fine di stabilire, di comune accordo, regole chiare sull’utilizzo di *Call Center* e, sull’acquisizione, tramite questi, di contratti secondo modalità che siano rispettose della vigente normativa;
- ritenuto a tale proposito opportuno che tra gli operatori siano condivise le regole di ingaggio dei *Call Center* qualificati, ossia che abbiano determinati minimi requisiti di qualità, affidabilità professionale e rispettino la normativa lavoristica e di settore vigenti;

con l’articolo 2 ha istituito un Tavolo tecnico per la condivisione di un Codice di Condotta in relazione all’utilizzo, al fine di acquisire clienti di servizi di comunicazione elettronica, dell’attività di *Call Center*. Il Codice di Condotta, si ispira ai principi generali e alle norme in materia di protezione

dei dati dei clienti finali, al rispetto delle norme sui contratti e delle carte dei servizi dei clienti finali, al rispetto delle norme, da parte dei *Call Center*, sull'iscrizione al ROC, sulla richiamabilità da parte del cliente, e sul divieto di modificare il CLI della linea da cui origina la chiamata al cliente.

Il tavolo tecnico è stato istituito a febbraio 2020. Completate le attività del Tavolo tecnico gli Uffici dell'Autorità hanno sottoposto, per la discussione nella seduta del 18 maggio 2023 e del 26 luglio 2023, al Consiglio dell'Autorità il Codice di Condotta condiviso per la relativa approvazione. Al tavolo tecnico hanno preso parte operatori di comunicazioni elettroniche e associazioni¹.

I principali passaggi e le attività preliminari alla condivisione del Codice di Condotta che è oggetto della presente delibera possono essere così sintetizzati.

Nella riunione di avvio, a febbraio 2020, è stata svolta una prima discussione principalmente finalizzata alla condivisione delle modalità di lavoro del tavolo tecnico. A marzo 2020 è stata elaborata una prima versione dell'indice del documento. A fronte dell'indice sono pervenuti i primi contributi da TIM, Wind Tre, Vodafone Italia, Assocontact-OIC, Coopvoce, Eolo, seguiti da altre integrazioni ed altri contributi.

Le attività del tavolo tecnico, dopo il periodo di emergenza sanitaria, sono riprese con riunioni in presenza come segue:

- 20 Maggio 2022: riavvio dei lavori in presenza per la conclusione del Codice di Condotta mediante istituzione di un gruppo di lavoro ristretto (*drafters*) allo scopo di accelerare le attività del tavolo tecnico;
- 20 Settembre 2022: invio, da parte della Direzione tutela dei consumatori dell'Autorità (DTC), ai *drafters* di un primo documento di sintesi basato sui contributi ricevuti dai partecipanti al tavolo tecnico, per la valutazione da parte del Gruppo di lavoro (GdL) ai fini della predisposizione del Codice di Condotta;
- 22 novembre 2022: invio agli Uffici da parte dei *drafters* dello schema di Codice di Condotta condiviso;
- 23 novembre 2022: riunione degli Uffici dell'Autorità con il GdL dei *drafters* e successivo inoltro dello schema di Codice di Condotta elaborato dal GdL dei *drafters* al Tavolo tecnico plenario per l'acquisizione delle osservazioni/contributi;
- 1° dicembre 2022: ricezione dei contributi sul testo inviati da parte di Vianova e Assocall (tale associazione viene, su richiesta, aggiunta nel gruppo dei *drafters*);
- 9 marzo 2023: convocazione di una riunione per la condivisione, da parte del gruppo dei *drafters*, dello schema di Codice di Condotta che include le osservazioni di Vianova e di Assocall;
- 3 aprile 2023: invio dello schema di Codice di Condotta al Tavolo tecnico plenario per acquisire ulteriori eventuali commenti;
- 6 aprile 2023: ricezione di ulteriori commenti da parte di ASSEPRIM, ASSOCALL, ASSOCONTACT.

¹ ASSOCALL (drafter), FASTWEB (drafter), IFM Infomaster (drafter), ILIAD (drafter), OPTIMA ITALIA (drafter), INTRED (drafter), IRIDEOS (drafter), SKY ITALIA (drafter), TIM (drafter), VODAFONE (drafter), WIND TRE (drafter), ASSOCONTACT, BT, COLT ENEGAN, COOPVOCE, COMMIFY, EOLO, LINKEM, GO INTERNET, MCLINK, NETWORK CONTACTS, OIC (Osservatorio Imprese e Consumatori), POSTEPAY, RAI, TWT, VIANOVA.

- I commenti suddetti sono stati in parte recepiti dagli Uffici dell’Autorità ai fini della predisposizione dello schema finale di Codice di Condotta. Le modifiche proposte sono state sottoposte al gruppo dei *drafter* nel corso di una riunione convocata per il 3 maggio 2023.

Il gruppo dei *drafters* ha inviato il proprio riscontro in data 4 maggio. Gli operatori di comunicazione elettronica hanno condiviso le proposte di modifica approvando il Codice di Condotta. Le suddette associazioni di *Call Center* hanno invece ritenuto che, seppur l’attuale versione del Codice di Condotta ha accolto parte delle loro richieste, sono disposti ad aderire al documento laddove venissero apportate alcune ulteriori modifiche descritte in un documento inviato all’Autorità.

Passando ai contenuti del Codice di Condotta, in ottica di efficienza dell’azione amministrativa, la tematica del CLI *spoofing* è stata espunta, per quanto riguarda gli aspetti più prettamente tecnici, in quanto trattata in altri ambiti. Sono, invece, ben esplicitati, nel Codice, gli obblighi regolamentari di divieto di modifica del CLI e di vigilanza in capo agli operatori e ai *Call Center* con relative penali e disincentivi.

Il Codice, pertanto, si concentra sulle relazioni contrattuali e tecniche tra operatori di comunicazioni elettroniche e soggetti che effettuano, a vario titolo per i primi, attività promozionale e di vendita di beni e servizi.

Inoltre, il presente Codice di Condotta non affronta, per evitare sovrapposizioni, le tematiche più strettamente attinenti all’attività di competenza di altri Enti e Istituzioni di regolamentazione e vigilanza che sono interessate dal fenomeno del *telemarketing* e *teleselling*.

Prima di procedere si rileva che l’approvazione di Codici di Condotta nel settore delle comunicazioni elettroniche da parte dell’Autorità annovera altri precedenti quali, a titolo esemplificativo, la delibera n. 366/19/CONS recante Modifiche alla delibera n. 108/19/CONS recante "Approvazione del codice di Condotta per l’offerta dei servizi premium". La delibera n. 108/19/CONS all’articolo 1 approva il Codice di Condotta, allegato alla stessa, per l’offerta dei servizi premium (CASP 4.0) che definisce regole generali e obbligatorie per il mercato dei servizi premium, prescrivendo l’introduzione delle ulteriori misure a tutela dell’utenza². Un ulteriore esempio di Codice di Condotta approvato di recente dall’Autorità è il Codice di autoregolamentazione per la gestione delle numerazioni utilizzate per le raccolte fondi telefoniche per fini benefici di utilità sociale redatto ai sensi dell’art. 22, comma 7, dell’Allegato A alla delibera n. 8/15/CIR, come modificato dalla delibera n. 85/21/CIR.

A tale proposito, gli operatori e le associazioni che hanno redatto e condiviso il presente Codice di Condotta hanno ritenuto opportuno che, prima di procedere alla sottoscrizione materiale, lo stesso fosse vagliato e approvato dall’Autorità in modo da poter procedere rapidamente alla sua attuazione, che comporterà investimenti e per la quale hanno richiesto un tempo complessivo di 6 mesi a decorrere dalla pubblicazione della delibera di approvazione sul sito dell’Autorità. È stato altresì richiesto che l’Autorità pubblichi un elenco aggiornato dei sottoscrittori.

II. I principali contenuti del Codice di Condotta

² In base al comma 3 del citato articolo le Società operanti nel mercato dei servizi premium sono tenute a rispettare ed attuare tutte le regole di condotta contenute nel codice allegato e sono responsabili, ciascuna per quanto di propria competenza, della loro corretta applicazione ed integrazione nei rispettivi contratti commerciali.

Quadro normativo e regolamentare

In via preliminare il Codice di Condotta riporta il quadro normativo e regolamentare che i partecipanti al Tavolo tecnico hanno ritenuto basilare, come di seguito sintetizzato:

- **Delibera n. 79/09/CSP** - Direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (*Call Center*) nel settore delle comunicazioni elettroniche. Si richiama che con la delibera n. 436/22/CONS, è stata avviata una consultazione pubblica volta a revisionare la disciplina in materia di qualità dei servizi di contatto per assistenza clienti, nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi, ormai risalente al 2009 (delibera n. 79/09/CSP).
- **Delibera n. 519/15/CONS** - Approvazione del regolamento recante disposizioni a tutela degli utenti in materia di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche. Si richiama che nell'ambito delle attività di aggiornamento della regolamentazione a tutela degli utenti finali alla luce del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche (d.lgs. n. 207/2021), con la delibera n. 89/23/CONS, del 4 aprile 2023, recante "Avvio del procedimento e della consultazione pubblica inerente alla modifica del regolamento recante disposizioni a tutela degli utenti in materia di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche", l'Autorità ha posto in consultazione pubblica la modifica del vigente Regolamento di cui alla delibera n. 519/15/CONS.
- **Legge 11 dicembre 2016 n. 232** - Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019'. L'articolo 1, comma 243 dispone che: "tutti gli operatori economici che svolgono attività di call center [enfasi aggiunta] su numerazioni nazionali devono, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente disposizione, iscriversi al Registro degli operatori di comunicazione di cui alla delibera dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni n. 666/08/CONS del 26 novembre 2008 e s.m.i., comunicando, altresì, tutte le numerazioni telefoniche messe a disposizione del pubblico e utilizzate per i servizi di call center. L'obbligo di iscrizione sussiste anche a carico dei soggetti terzi affidatari dei servizi di call center e deve essere contemplato nel contratto di affidamento del servizio" [enfasi aggiunta].
- **Delibera n. 1/17/CONS** - Modifiche alla delibera n. 666/08/CONS recante "Regolamento per la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione" a seguito dell'approvazione della legge 11 dicembre 2016, n. 232.
- **Delibera n. 8/15/CIR**, art. 1, comma 1, lettera s), in combinato con l'art. 64, comma 1, D.Lgs. 21 febbraio 2014 e s.m.i. (Codice del Consumo) che prevede che, nel caso in cui il Call Center utilizzi Numerazione non geografica a pagamento, ne sia vietato l'utilizzo per fornire assistenza post-vendita ai clienti/consumatori in merito a contratti già conclusi richiedendo a tal fine l'uso di numerazioni a tariffa base (principalmente Numerazione Geografica, Numeri Verdi, numeri mobili e di Customer Care).
- **Delibera 156/18/CIR**, art. 2, comma 5;
- **Delibera 112/19/CIR** recante una diffida nei confronti degli Operatori sul tema della non modificabilità del numero telefonico (*CLI spoofing*);
- **Delibera 420/19/CONS** che prevede l'istituzione di un tavolo tecnico per la condivisione di linee guida sull'utilizzo dei *Call Center* da parte degli operatori di comunicazioni elettroniche.
- **Il nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche** e, in particolare, l'Art. 98-quater decies

(Obblighi di informazione applicabili ai contratti).

Passando al merito dei contenuti del Codice di Condotta si ritiene di evidenziare quanto segue.

Definizioni

Tra le definizioni contenute nel Codice assumono rilievo le seguenti:

- **Partner Commerciali:** operatori economici, nell'ambito del presente Codice di Condotta, esercenti attività di *Call Center*;
- **attività di Call Center:** contatti e comunicazioni telefoniche con gli utenti *consumer* per attività di commercializzazione/promozione di servizi di comunicazione elettronica e prodotti di un Operatore nell'ambito di un rapporto contrattuale a titolo esemplificativo di appalto e/o di agenzia;
- **committente:** il soggetto che incarica terzi, ad esempio Partner Commerciali, per lo svolgimento di contatti commerciali telefonici per finalità di *teleselling* e *telemarketing* sia attraverso mezzi tradizionali che automatizzati;
- **agente:** colui che assume stabilmente l'incarico di promuovere per conto dell'Operatore, a titolo oneroso, la conclusione di contratti aventi ad oggetto servizi di comunicazione elettronica e prodotti;
- **list provider:** il soggetto che, anche in via non principale rispetto alla propria attività, operando in qualità di titolare del trattamento, procede, in virtù del consenso degli interessati, alla comunicazione dei dati personali, autonomamente raccolti, a soggetti terzi per finalità di *teleselling* e *telemarketing*;
- **Telemarketing:** attività di contatto telefonico con Operatore effettuate per finalità promozionale attraverso chiamate dirette a numerazioni fisse e mobili nazionali;
- **Teleselling:** attività di contatto telefonico con Operatore effettuata per finalità di vendita diretta attraverso chiamate destinate a numerazioni fisse e mobili nazionali.

Ambito di intervento del Codice di Condotta

Il presente Codice di Condotta declina, dal punto di vista operativo, la normativa settoriale dell'Autorità, fermo restando il parallelo obbligo di rispetto, per gli aderenti al Codice stesso, delle norme riferite al trattamento dei dati personali - regolate anche dal Codice di Condotta per le attività di *telemarketing* e *teleselling* promosso dal Garante Privacy - per i soggetti che a quest'ultimo aderiranno e, in generale, riferibili a materie settoriali di competenza di altre Autorità.

Il Codice di Condotta in questione è caratterizzato, in applicazione della delibera n. 420/19/CONS, dalla "volontarietà dell'adesione dei destinatari delle regole", trattandosi di un intervento di co-regolamentazione, volto a perseguire finalità istituzionali dell'Autorità (tutela dei consumatori/utenti rispetto ad attività di *Call Center* di bassa qualità).

Per quanto riguarda l'ambito soggettivo di applicazione, il Codice di Condotta, nella sezione 3, infatti indica che *Il presente Codice di Condotta, approvato e pubblicato dall'Autorità sul proprio sito istituzionale, si applica, con riferimento agli Utenti Consumer, ai Partner Commerciali e agli Operatori che vi aderiranno.* È chiara, pertanto, la natura volontaria dell'adesione alle misure ivi

contenute.

Il Codice di Condotta, pertanto, si applica *direttamente* solo agli operatori e, se del caso, ai *Call Center* che lo abbiano sottoscritto volontariamente (conseguentemente alla loro volontaria adesione al Tavolo tecnico che la delibera 420/19/CONS aveva, tuttavia, demandato agli operatori di comunicazioni elettroniche). L'applicazione ai *Call Center*, che non aderiscono, è comunque indiretta o "a cascata", nel senso che tali regole si applicheranno ai *Call Center* nella misura in cui gli stessi avranno sottoscritto contratti, con gli operatori che hanno sottoscritto il presente Codice, che risultino conformi alle previsioni ivi contenute.

A tale riguardo, sempre nella sezione 3 del Codice di Condotta è chiarita la ricaduta indiretta, delle misure nello stesso contenute, sui *Call Center* nei termini di seguito riportati:

Pertanto, il presente Codice di Condotta definisce una serie di misure, basate sulla normativa vigente, finalizzate, una volta declinate nei contratti che saranno negoziati in applicazione dello stesso, al rispetto delle stesse da parte dei Partner Commerciali che svolgono attività di Call Center, oltre che da parte degli stessi Operatori, ciascuno per quanto di competenza, nell'ambito di attività di promozione e/o commercializzazione a distanza di servizi di comunicazione elettronica. Le misure citate si riferiscono ai seguenti aspetti:

- *contratti con gli Utenti Consumer,*
- *chiamate telefoniche outbound,*
- *richiamabilità da parte del cliente,*
- *iscrizione al ROC,*
- *divieto di modificare il CLP³ della linea da cui origina la chiamata al cliente.*

I contratti sottoscritti tra Operatori e Partner Commerciali devono pertanto essere redatti in conformità alle disposizioni contenute nel presente Codice di Condotta.

Finalità del Codice di Condotta

Il Codice ha, in particolare, la finalità di:

1. stabilire regole chiare, applicabili ai soggetti iscritti al ROC che svolgono attività di Call Center, per l'acquisizione, tramite questi soggetti, di contratti al dettaglio secondo modalità che siano rispettose della vigente normativa;
2. identificare regole condivise di ingaggio dei Call Center qualificati, ossia che abbiano determinati minimi requisiti di qualità, affidabilità professionale e rispettino la normativa giuslavoristica e di settore vigente. Tali requisiti sono riportati nel seguito;
3. favorire l'attuazione, da parte di Operatori e Partner Commerciali, delle regole dell'Autorità in materia di erogazione dei servizi telefonici di contatto, prestati direttamente o indirettamente, al fine di garantire un livello adeguato di qualità delle prestazioni rese, indipendentemente dal modello organizzativo o dalla tecnologia utilizzati. In particolare:
 - a) assicurare che nella fornitura dei servizi telefonici di contatto siano garantiti i diritti degli

³ Il divieto di modifica del CLI si riferisce a quanto previsto dall'art. 6 comma 3 della Delibera 8/15/CIR Allegato A. Ciò non vuol dire che un soggetto non possa nel tempo utilizzare numerazioni diverse per effettuare le chiamate verso gli utenti finali, purché nel rispetto della normativa vigente.



utenti relativi alla richiamabilità e/o al riconoscimento del numero chiamante;

b) assicurare la qualità dei servizi di promozione e vendita all'interno del settore delle comunicazioni elettroniche nel rispetto di standard di qualità in linea con quanto previsto nei relativi contratti;

c) assicurare che i servizi telefonici di contatto realizzino, nel rispetto delle disposizioni vigenti, un efficace canale di comunicazione con gli utenti;

d) garantire che l'erogazione dei servizi di contatto sia improntata alla massima trasparenza nei confronti dell'utente *consumer* per facilitare la gestione delle interazioni allo scopo di assicurarne scelte consapevoli;

e) garantire la correttezza e la trasparenza delle informazioni fornite all'utente *consumer*, anche mediante il ricorso a forme di disincentivo e penali nei contratti tra Operatori e soggetti incaricati;

f) nel caso di contatti a scopo di proposta contrattuale, assicurare, nella gestione del contatto con l'utente *consumer* e in tutta la fase precontrattuale, il rispetto per quanto di competenza dell'Autorità delle norme previste:

i. dal nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche;

ii. dal Regolamento in materia dei contratti.

4. definire misure, a cura di ciascun Operatore, per effettuare il monitoraggio e il controllo sull'attività svolta dai soggetti a cui è appaltata/affidata l'attività di promozione/vendita con specifici interventi sanzionatori, qualora necessari, in caso di inottemperanza a quanto stabilito nel presente Codice ed alla normativa vigente;

5. implementare processi, da parte di ciascun Operatore, di verifica della iscrizione al ROC dei soggetti che svolgono le attività di cui sopra ai sensi della normativa vigente⁴;

6. regolare l'utilizzo della sub-contrattualizzazione per lo svolgimento dell'attività di promozione/vendita mediante contatto telefonico;

7. implementare misure volte ad assicurare la qualità dei servizi prestati dai soggetti che svolgono l'attività di promozione/vendita mediante la sottoscrizione di contratti con fornitori di tali servizi solo nel caso in cui tali attività siano prestate da imprese che operano nel rispetto delle normative di settore richiamate in premessa e in conformità alle seguenti finalità:

- stabilire una comunicazione con gli utenti contattati che garantisca scelte consapevoli da parte di questi ultimi;
- garantire elevati livelli qualitativi delle attività di contatto, in termini di adeguata preparazione del personale preposto;
- orientare tutte le comunicazioni effettuate nell'ambito delle attività di promozione e vendita alla massima cortesia, trasparenza e semplicità;

⁴ L'obbligo di iscrizione sussiste anche a carico dei soggetti terzi affidatari dei servizi di Call Center e deve essere contemplato nel contratto di affidamento del servizio (art. 24-bis, comma 11, d.l. n. 83/2012, convertito con legge n. 134/2012, come sostituito dall'art. 1, comma 243 della legge n. 232/2016. Restano fermi gli obblighi relativi all'utilizzo di numerazioni iscritte al ROC, nonché le prescrizioni relative alle comunicazioni da indirizzare al Ministero per lo Sviluppo Economico ("MISE"), al Ministero del lavoro, all'Ispettorato nazionale del lavoro e al Garante qualora l'attività di Call Center sia svolta in un Paese extra UE.

- prevedere che il soggetto a cui l'attività di promozione o vendita è stata affidata/appaltata (o eventualmente subappaltata) vigili sul rispetto da parte dei propri dipendenti (o eventualmente sub-contractor) delle direttive impartite e delle procedure stabilite dall'Operatore, impegnandosi, in caso di eventuale violazione, ad applicare meccanismi disincentivanti e misure disciplinari applicabili dal soggetto a cui l'attività di promozione o vendita è stata appaltata.

Non rientrano nell'ambito di applicazione del presente Codice di Condotta le modalità di contatto sviluppate tramite canali diversi da quello telefonico vocale quale, ad esempio, il canale SMS oppure le attività relative alla commercializzazione di servizi diversi da quelli di comunicazione elettronica.

L'attività dei Call Center

L'attività di Call Center svolta dai Partner Commerciali avviene con le seguenti modalità:

- tramite liste di clienti da contattare, fornite dall'Operatore;
- attraverso autonome acquisizioni che devono essere raccolte rispettando i criteri forniti dall'Operatore, in modo conforme a quanto stabilito in materia dalla normativa sulla protezione di dati personali nonché da quanto previsto dal presente Codice di Condotta.

Fermo quanto sopra, l'Operatore realizza dei sistemi di verifica della correttezza dell'utilizzo delle liste di contatto. Tali sistemi consentono all'Operatore di verificare in modalità autonoma che:

- la numerazione utilizzata dal Partner Commerciale in fase di contatto sia tra quelle dallo stesso registrate nella sua iscrizione al ROC;
- la numerazione chiamata appartenga a liste di clienti da contattare fornite oppure validate dall'Operatore.

Requisiti minimi dei Partner Commerciali

I requisiti minimi obbligatori che gli Operatori che aderiscono al presente Codice richiederanno ai Partner Commerciali sono i seguenti:

- adesione diretta o per il tramite contrattuale a tutti i contenuti del presente Codice di Condotta,
- iscrizione al ROC nei tempi stabiliti dalla normativa applicabile.

Verifiche sui contatti e sui contratti al dettaglio

L'Operatore verifica, in qualunque momento con riferimento a ciascun Partner Commerciale che ha eseguito il contatto, quanto segue:

- **la numerazione telefonica utilizzata per il contatto telefonico** tenuto conto che è possibile utilizzare, a tal fine, esclusivamente numerazioni richiamabili registrate al ROC;
- **il numero chiamato;**
- la data, l'ora e la durata del contatto;
- **l'esito del contatto;**

- l'adozione di tutte le prescrizioni presenti nel contratto fermo restando:
 - il rispetto dell'obbligo per i Partner Commerciali di contattare le sole numerazioni contenute nelle liste di utenti *consumer*, fornite dall'Operatore a tal fine e/o autonomamente acquisite dai Partner stessi rispettando i criteri forniti dall'Operatore in conformità con la normativa in materia di protezione dei dati personali e con quanto previsto nel Codice di Condotta per le attività di *telemarketing* e *teleselling* promosso dal Garante Privacy, al fine di arginare il fenomeno delle chiamate indesiderate;
 - il divieto di cessione a sub-contractor delle attività prestate dai Partner Commerciali se non dopo richiesta formale all'Operatore ed autorizzazione scritta dello stesso. In questi casi, il soggetto cedente si obbliga ad effettuare un costante monitoraggio degli eventuali sub-contractor e ad assumersi la responsabilità di tutte le attività da questi svolte;
 - l'obbligo per il sub-contractor di possedere i medesimi requisiti del Partner Commerciale;
 - l'obbligo per il Partner Commerciale di prestare la propria attività nel pieno rispetto delle prescrizioni di legge e della regolamentazione applicabile;
- Il contratto con chi svolge attività di *Call Center* può prevedere apposite clausole che prevedano penali economiche in capo ai Partner Commerciali in caso di violazione posta in essere da questi ultimi e/o da sub-appaltatori, rispetto a quanto previsto nel presente Codice di Condotta, al fine di disincentivare l'adozione di pratiche illecite.

Modalità di acquisizione delle adesioni alle offerte e uso delle liste di contatto

Gli Operatori condividono le seguenti misure:

- in sede contrattuale, occorre fare esplicito riferimento all'obbligo del Partner Commerciale di limitare l'utilizzo delle liste di contatto esclusivamente alla finalità di svolgimento della tipologia di prestazione per la quale è stato contrattualizzato;
- in caso di acquisizione della volontà del cliente per via telefonica, il Partner Commerciale dovrà procedere tramite registrazione del Verbal Ordering, nel rispetto degli Script e delle liste di contatto, conformi alla normativa applicabile, del divieto di modifica del CLI e dell'obbligo di registrazione al ROC, ovvero tramite Digital Confirmation (es. firma elettronica) o altri strumenti idonei ai sensi della normativa vigente. I Partner Commerciali si impegnano a comunicare e a dare corso ai soli contratti relativi a Verbal Ordering corretti in termini di contenuti e di qualità della registrazione, di uso corretto delle liste di contatto, di uso di un CLI non modificato e registrato al ROC, ovvero acquisiti con Digital Confirmation;
- in mancanza anche di uno solo dei requisiti di cui al bullet precedente, i Partner Commerciali si impegnano a ricontattare il Cliente per la ripetizione del processo di Verbal Ordering. In alternativa al Verbal Ordering, il Partner Commerciale potrà registrare l'adesione del Cliente anche mediante la c.d. Digital Confirmation, ovvero attraverso la sottoscrizione dell'offerta, da parte del potenziale Cliente, in formato digitale, secondo le modalità definite da ciascun Operatore;
- in caso di mancata osservanza degli obblighi contrattualmente assunti o della disciplina relativa ai contratti l'Operatore si riserva la facoltà di risolvere il contratto in essere per inadempimento.

Tavolo tecnico per l'aggiornamento del Codice di Condotta

Nel capitolo finale del Codice di Condotta si prevede che gli Operatori e altri soggetti che vi hanno aderito prendono parte ad un Tavolo tecnico convocato periodicamente, coordinato dalla Direzione tutela dei consumatori dell'Autorità, sull'attuazione e aggiornamento del presente Codice di Condotta.

Il Tavolo tecnico suddetto rappresenta la sede per l'aggiornamento del presente Codice, la discussione dei temi riguardanti eventuali nuovi rischi di violazione, l'individuazione e la definizione di strategie e iniziative comuni per rafforzare la cooperazione tra gli Operatori e le associazioni di categoria rappresentative dei Partner Commerciali e le altre Autorità coinvolte dalle attività dei Partner Commerciali.

In aggiunta, nel Tavolo tecnico gli Operatori condividono *report* sull'andamento delle verifiche a campione, con dati aggregati, rispetto alla corretta esecuzione dei principi sanciti dal presente Codice. A tal fine il Tavolo tecnico individua possibili modalità comuni di reportistica. Si ritiene tale ultima attività determinante per un monitoraggio sull'andamento, in Italia, delle modalità di acquisizione, da parte del mercato, dei contratti con i consumatori e della percentuale degli stessi acquisiti in maniera non conforme alla normativa vigente e al presente Codice.

CONSIDERATO che la delibera n. 420/19/CONS all'art. 2 ha previsto l'istituzione di un Tavolo tecnico presso l'Autorità per le garanzie per le comunicazioni **avente la finalità di condividere un Codice di Condotta in relazione all'utilizzo**, al fine di acquisire clienti di servizi di comunicazione elettronica, dell'attività dei *Call Center*. Lo stesso articolo prevede che Il Codice di Condotta, di cui al comma 1, si ispira ai principi generali e alle norme in materia di protezione dei dati dei clienti finali, al rispetto delle norme sui contratti e delle carte dei servizi dei clienti finali, al rispetto delle norme, da parte dei *Call Center*, sull'iscrizione al ROC, sulla richiamabilità da parte del cliente, e sul divieto di modificare il CLI della linea da cui origina la chiamata al cliente;

RITENUTO che il Codice di Condotta condiviso da tutti i principali operatori del mercato soddisfi ai requisiti di cui sopra alla luce dei contenuti descritti nella sezione precedente;

RITENUTO che l'adozione volontaria di misure comuni tra gli operatori per il contrasto al *telemarketing* e al *teleselling* illecito rappresenti un passaggio rilevante e un esempio virtuoso da incentivare;

VISTI i contributi al Tavolo tecnico da parte degli operatori di comunicazioni elettroniche e delle associazioni;

VISTO il Codice di Condotta per i *Call Center* condiviso dagli operatori di comunicazioni elettroniche partecipanti al tavolo tecnico;

RITENUTO opportuno prevedere che l'Autorità possa chiedere di modificare o integrare i contenuti del Codice di Condotta qualora nel corso del primo anno di attuazione dello stesso si manifesti la necessità di indirizzare ulteriori attività non in linea con la normativa o specifiche tematiche;

RITENUTO opportuno che nell'ambito del Tavolo tecnico previsto dal Codice di Condotta gli operatori e i Partner Commerciali forniscano le informazioni quantitative utili per monitorare gli effetti dell'attuazione del Codice di Condotta;

RITENUTO che l'adesione volontaria al Codice di Condotta consenta, in relazione al mancato rispetto delle specifiche misure in esso contenute, la previsione di misure sanzionatorie ai sensi dell'articolo 1, comma 31 della legge n. 249/97 previa diffida ad adottare le azioni necessarie per stabilire la conformità allo stesso;

RITENUTO opportuno che l'Autorità pubblichi nel proprio sito Web un elenco, facilmente consultabile da parte degli utenti, dei soggetti che hanno aderito al Codice di Condotta;

UDITA la relazione del Presidente;

DELIBERA

Articolo 1

(Approvazione del Codice di Condotta)

1. È approvato il *Codice di condotta di cui alla delibera n.419/20/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela dei clienti finali derivanti dal codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell'Autorità*, riportato nell'**Allegato A** alla presente delibera e di cui costituisce parte integrante, che definisce specifiche misure a tutela dell'utenza nell'ambito delle attività di promozione commerciale e vendita telefonica di servizi di comunicazioni elettroniche e connessi prodotti da parte dei Partner Commerciali degli Operatori di comunicazioni elettroniche.
2. Le Società che aderiscono al Codice di Condotta si vincolano al rispetto delle misure ivi contenute e sono responsabili, ciascuna per quanto di propria competenza, della loro corretta applicazione ed integrazione nei rispettivi contratti commerciali.
3. L'Autorità si riserva, a seguito di un periodo di prima applicazione del Codice di Condotta, di richiedere le opportune modifiche di quelle misure ivi contenute che si siano rivelate inidonee o non più efficaci a garantire il corretto processo di promozione commerciale e vendita di servizi di comunicazioni elettroniche e connessi prodotti mediante canale telefonico.
4. L'Autorità pubblica l'elenco, e i relativi aggiornamenti, dei soggetti aderenti al Codice di Condotta.

Articolo 2

(Sanzioni)

1. Il mancato rispetto, da parte di una Società che ha aderito, alle disposizioni del Codice di Condotta è, previa Diffida alla stessa ad adottare le azioni necessarie per stabilire la conformità, sanzionato ai sensi dell'articolo 1, comma 31 della legge n. 249/97.

Articolo 3

(Disposizioni finali)

1. Gli operatori che aderiscono al Codice di Condotta ne implementano le misure entro 180 giorni dalla pubblicazione del presente provvedimento.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla pubblicazione dello stesso.

La presente delibera è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità.

Roma, 26 luglio 2023

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba